



TEXTO ARTICULADO QUE PRESENTA A
ASOCIACIÓN DE MEDIOS EN GALEGO
PARA UNHA
LEI DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DE GALICIA

Documento remitido ao Sr. Presidente da Xunta de Galicia
con copia para a Secretaría Xeral de Medios
Rexistro Xeral da Xunta de Galicia, entrada 25742 / RX144406 do 25/02/2014

CAPÍTULO I

Disposicións xerais

Artigo 1. **Obxecto**

A presente Lei ten por obxecto establecer os principios xerais que deben rexer a difusión e contratación de publicidade institucional por parte das administracións públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e polas entidades do sector público delas dependentes, así como establecer os mecanismos de control que aseguren o seu eficaz cumprimento.

Artigo 2. **Concepto**

Enténdese por publicidade institucional toda forma de comunicación, difundida por calquera medio por parte das Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e polas entidades do sector público delas dependentes, co fin de promover a súa imaxe, as súas actividades ou fomentar valores de interese público. A publicidade institucional terá en conta as formas de comunicación en diversos soportes e apoiará a transparencia e democracia no funcionamento dos medios, a innovación e a mellora tecnolóxica.

Artigo 3. **Ámbito de aplicación**

Esta Lei será de aplicación á publicidade institucional difundida por conta das Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e polas entidades do sector público delas dependentes.

Artigo 4. **Publicidade excluída**

Quedan excluídos do ámbito de aplicación desta Lei a publicidade das normas e outros anuncios de actos da Administración que deban publicarse por mandato legal.

Artigo 5. **Lingua**

1. As mensaxes publicitarias sometidas ó ámbito de aplicación desta Lei difundiranse en galego.
2. Non obstante, as mensaxes publicitarias poderán ser difundidas en castelán ou noutro idioma oficial cando o seu ámbito de difusión se produza fóra dos límites da Comunidade Autónoma, agás que tivese como persoas destinatarias a comunidades galegofalantes, ben por razón de emigración, ben por pertencer a comunidades autónomas con presenza da lingua galega.

3. Soamente poderá difundirse publicidade institucional nun idioma estranxeiro cando aquela vaia ser difundida, con carácter exclusivo ou maioritario, fóra do estado, ou cando se destine a cidadáns estranxeiros.

Artigo 6. Acceso á información de persoas con discapacidade

A administración anunciante garantirá o máis completo acceso á información ás persoas con calquera tipo de discapacidade.

CAPITULO II

Dos principios reitores da publicidade institucional

Artigo 7. Principios reitores

A publicidade institucional deberá acatar os principios de veracidade, transparencia, legalidade, lealdade institucional, neutralidade, interese público, eficiencia, non discriminación e respecto á persoa e ás súas actividades, e promoverá os valores democráticos e da lingua e cultura galegas.

Artigo 8. Principio de veracidade

A publicidade institucional deberá respectar a verdade e evitar que o seu contido induza ou poida inducir a erro ós seus destinatarios.

Artigo 9. Principio de transparencia

1. A publicidade institucional deberá identificarse claramente como tal. En todo caso, deberán deslindarse de maneira perceptible as comunicacións feitas cunha finalidade informativa e as que se realicen como vehículos da publicidade institucional.
2. Así mesmo, deberá mencionarse expresamente a Administración ou entidade na que teña a súa orixe a mensaxe publicitaria.

Artigo 10. Principio de legalidade

A publicidade institucional respectará a legalidade vixente e de modo especial os principios, valores e dereitos que se recollen na Constitución Española e no Estatuto de Autonomía de Galicia.

Artigo 11. Principio de Lealdade Institucional

1. A publicidade institucional non deberá obstaculizar ou perturbar as actuacións lexítimas desenvoltas por outros poderes públicos no exercicio das súas competencias.
2. Cando a publicidade institucional teña por obxecto difundir actividades nas que participen varias Administracións, deberán mencionarse as Administracións participantes.

Artigo 12. Principio de neutralidade

A publicidade institucional debe diferenciarse claramente das realizada polos partidos e organizacións políticas.

Artigo 13. Principio de interese público

A difusión da publicidade institucional perseguirá sempre, e con carácter exclusivo, a consecución de obxectivos de interese público, con exclusión de calquera outra clase de interese.

Artigo 14. Principio de eficiencia

A publicidade institucional deberá executarse mediante unha xestión dos recursos públicos baseada na calidade e na austeridade dos gastos.

Artigo 15. Principio de non discriminación

A publicidade institucional non poderá conter mensaxes discriminatorias, sexistas ou contrarios aos principios, valores ou dereitos constitucionais.

Artigo 16. Principio de respecto á persoa e ás súas actividades

A publicidade institucional deberá respectar os dereitos da personalidade, e velar especialmente polos dereitos da infancia e da adolescencia. A publicidade institucional non se inserirá en medios de comunicación que inclúan publicidade de actividades que ataquen aos dereitos recoñecidos ás persoas ou supoñan agresións á súa integridade física ou moral, especialmente no caso da prostitución.

Artigo 17. Principio de respecto dos valores democráticos e da lingua e a cultura galegas

A publicidade institucional deberá respectar os valores democráticos e manter a neutralidade sobre as opcións políticas, morais e relixiosas, e velará pola protección da lingua e cultura galegas.

CAPITULO III

Da contratación da publicidade institucional

Artigo 18. Das modalidades contractuais

Para a creación, preparación e execución da publicidade institucional, as administracións públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e as entidades do sector público delas dependentes sometidas ó ámbito de aplicación desta Lei poderán concluír contratos de publicidade, creación publicitaria, difusión publicitaria e patrocinio nos termos en que estes se atopan definidos no Título III da Lei 34/1988, de 11 de novembro, xeral de Publicidade.

Artigo 19. Principios xerais

1. Na adxudicación dos contratos ós que se refire o artigo anterior, deberán respectarse os principios de publicidade, concorrencia e non discriminación, na forma en que estes principios e normas están regulados pola normativa vixente en materia de contratación pública, e coas particularidades establecidas na presente Lei.
2. As administracións públicas e entes aos que sexa de aplicación esta Lei deberán elaborar anualmente un plan de publicidade e comunicación no que se inclúan todas as campañas de publicidade e comunicación que se prevea realizar no vindeiro exercicio.

O Plan incluírá, cando menos, os obxectivos que se perseguen polas campañas a executar, o tipo de medios preferentes a empregar, os destinatarios e o custo previsíbel.

Non poderán levarse a termo campañas de publicidade insitucional que non estean previstas con anterioridade no plan anual, agás en casos xustificados onde concorran razóns de emerxencia ou humanitarias e a difusión sexa imprescindible para garantir un axeitado funcionamento dos servizos públicos.

3. Daráselle audiencia ás asociacións representativas dos sectores afectados no procedemento de elaboración do plan de publicidade e comunicación e nos pregos de cláusulas xerais para as campañas institucionais.

Artigo 20. Criterios de adxudicación

1. Na adxudicación dos contratos aos que se refire o artigo 18 valoraranse preferentemente o prezo, a orixinalidade e creatividade das campañas

- publicitarias e a adecuación das súas mensaxes á finalidade perseguida e ó público destinatario.
2. Así mesmo, cando o contrato conleve a difusión da publicidade, valoraranse preferentemente o prezo, o grao de difusión ou audiencia do medio e a adecuación do seu ámbito territorial de difusión e da súa audiencia ó ámbito de difusión e ó público obxectivo destinatario da publicidade.
 3. No caso da publicidade a realizar en Galicia, e a fin contribuír a promover a lingua galega, a contratación de publicidade realizarase por separado entre os medios de comunicación que só empreguen a lingua galega e os que, no seu caso, usen as dúas linguas oficiais, debendo garantirse que ningún dos dous grupos recibirá máis do 60% do orzamento previsto para esta finalidade.
 4. En cada campaña de publicidade institucional procurarase un reparto equilibrado do orzamento previsto nos diferentes medios de comunicación. A estes efectos, nas campañas de publicidade institucional que se difundan a través de múltiples soportes publicitarios, non se destinará con carácter xeral máis do 10% do total do orzamento previsto para cada campaña a un mesmo medio de comunicación. No caso de campañas que, por razóns da eficacia da mensaxe, se empreguen só determinados soportes publicitarios específicos, poderá superarse dita porcentaxe, cando o número de medios de comunicación que operan en ditos soportes é reducido. "
 5. Os criterios de adxudicación das campañas institucionais vincularanse á estabilidade laboral d@s traballadores/as, debidamente acreditada cos datos de creación e permanencia de emprego estable e de calidade.

Artigo 21. Convenios

As administracións públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e as entidades do sector público delas dependentes sometidas ó ámbito de aplicación desta Lei, non poderán asinar convenios, nin efectuar contratos por procedementos restrinxidos, negociados ou de adxudicación directa, con empresas editoras de medios, axencias de noticias ou axencias de publicidade, que teñan por obxecto a comunicación ou tratamento informativo de logros ou accións de goberno.

CAPITULO IV

Do control da publicidade institucional

Artigo 21.

As campañas institucionais promoverán os seguintes obxectivos:

- Informar aos cidadáns dos seus dereitos e obrigas legais, especialmente en momentos que deban facer declaracións obrigatorias, así como de aspectos relevantes do funcionamento de servizos públicos.
- Informar sobre a existencia de consultas populares ou comicios electorais.
- Difundir o contido de normas xurídicas que polo seu contido, novidade ou repercusión social, requiran medidas complementarias para o seu coñecemento e aplicación xeral.
- - Difundir as ofertas de emprego público xeral, así como as concretas ofertas que pola relevancia o aconsellen.
- Advertir da aplicación de medidas de orde, prevención e seguranza pública que afecten a unha colectividade ou pluralidade de destinatarios.
- Anunciar medidas preventivas de riscos, situacións de emerxencia que contribúan á eliminación de danos para a saúde, o medio ambiente ou o patrimonio natural.
- Apoiar os sectores básicos da nosa economía produtiva, tanto nos mercados exteriores como no interior.
- A difusión e normalización da lingua galega, así como da cultura tradicional e popular propia, tamén nas súas manifestacións modernas.
- A difusión de aspectos patrimoniais, históricos, económicos e culturais e que contribúan a reforzar o carácter nacional de Galiza.

Artigo 22. Prohibicións

1. Dacordo cos principios enumerados na presente Lei, non se poderá promover ou contratar publicidade institucional:
 - a) Que teña como finalidade destacar os logros de xestión ou dos obxectivos acadados polos suxeitos mencionados no artigo 3 da presente Lei.
 - b) Que non obedeza a motivos de interese público.
 - c) Que teña lugar no período comprendido entre o día de publicación da convocatoria de eleccións e o día en que se celebren, a excepción das campañas que atinxan ao propio proceso electoral e aos anuncios imprescindibles para a salvagarda do interese público ou para o correcto desenvolvemento dos servizos públicos.

- d) Que non se desenvolva no exercicio de competencias propias.
- e) Que menoscabe, obstaculice ou perturbe as políticas públicas ou calquera actuación lexítima doutro poder público realizada no exercicio das súas competencias.
- f) Que inclúa mensaxes discriminatorias, sexistas ou contrarios aos principios, valores e dereitos constitucionais.
- g) Que incite de forma directa ou indirecta á violencia e outros comportamentos contrarios ao ordenamento xurídico.
- h) Que induza a confusión cos símbolos, ideas, expresións, deseños ou imaxes empregadas por calquera organización política ou social.
- i) Que revista carácter subliminal ou enganoso, segundo o disposto na Lei 34/1988, de 11 de novembro, xeral de Publicidade.
- j) Que non se identifique claramente como tal e non inclúa a mención expresa do suxeito promotor ou contratante, así como a súa imaxe corporativa institucional.

Artigo 23. Comisión de Publicidade Institucional

1. Ao obxecto de garantir que a publicidade institucional sirva con obxectividade aos intereses xerais e se adecúe aos principios establecidos na presente Lei, créase a Comisión de Publicidade Institucional, adscrita ao departamento de Xunta de Galicia competente en materia de comunicación. A comisión está integrada por representantes das administracións públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e das entidades do sector público delas dependentes sometidas ao ámbito de aplicación da presente Lei e por persoas expertas, independentes e de recoñecido prestixio procedentes do ámbito académico ou profesional, coa seguinte composición:

- a) Un representante do departamento responsable de comunicación da Xunta de Galicia, con categoría mínima de director xeral, que a presidirá.
- b) Un representante por cada un dos departamentos da Xunta de Galicia, con categoría cando menos de subdirector xeral.
- c) Un representante de cada grupo parlamentario do Parlamento de Galicia.
- d) Tres representantes da administración local de Galicia.

- e) Un profesional do xornalismo proposto polo Colexio de Xornalistas de Galicia.
- f) Unha persoa proposta pola asociación que agrupe os medios de comunicación editados en lingua galega.

Regulamentariamente determinarase a forma de nomeamento dos representantes recollidos nos apartados c), d) e e).

- 2. A organización e funcionamento da Comisión de Publicidade Institucional determinarase regulamentariamente.

Artigo 24. Funcións

A comisión de Publicidade Institucional asumirá as seguintes funcións:

- a) Emitir informes non vinculantes sobre os proxectos de anuncios ou campañas publicitarias que lle sexan remitidos polas Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e polas entidades do sector público delas dependentes sometidas ao ámbito de aplicación da seguinte Lei.
- b) Resolver as reclamacións presentadas contra anuncios ou campañas publicitarias da Administración Autonómica de Galicia e polas entidades do sector público dela dependentes ás que resulte de aplicación a presente Lei, ordenando, no seu caso, o seu cesamento ou rectificación.
Os representantes da Administración Local de Galicia absteranse de participar na resolución das anteditas reclamacións.
- c) Examinar a Memoria Anual de Publicidade Institucional que lle remitan as Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e as entidades do sector público delas dependentes sometidas ao ámbito de aplicación da seguinte Lei, e a efectuar, no seu caso, recomendacións non vinculantes sobre a mesma.
- d) Calquera outra función que lle sexa asignada legal ou regulamentariamente.
- e) Elaborar anualmente un informe onde se incluírán todas as campañas contratadas no exercicio, a relación dos adxudicatarios dos convenios asinados con medios de comunicación. Este informe será remitido ao Parlamento de Galicia e presentado en comparecencia pública pola persoa que presida a comisión.

Artigo 25. Cesamento e rectificación da publicidade institucional

1. Cando un anuncio ou unha campaña de publicidade institucional vulnere os principios e normas recollidos na presente Lei, calquera persoa que ostente un interese lexítimo poderá solicitar o seu cesamento ou rectificación ante a Comisión de Publicidade Institucional, cuxas resolucións poñerán fin a vía administrativa.
2. Can carácter inmediato, e se o solicitante así o solicita, a Comisión poderá ordenar cautelarmente a suspensión provisional da publicidade se concorren indicios evidentes de infracción grave ou manifesta dos principios e normas recollidos na presente Lei.
3. Unha vez examinada a reclamación, e previa audiencia do departamento ou ente responsable da publicidade, a Comisión de Publicidade Institucional ordenará, se procede, o seu cesamento ou rectificación definitivos.

Artigo 26. Informes

As Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e as entidades do sector público delas dependentes sometidas ao ámbito de aplicación da seguinte Lei poderán solicitar ante a Comisión de Publicidade Institucional un informe sobre os proxectos de anuncios ou campañas publicitarias que pretendan difundir.

Artigo 27. Memoria anual

1. As Administracións Públicas da Comunidade Autónoma de Galicia e as entidades do sector público delas dependentes elaborarán, con carácter anual, unha memoria na que consten as campañas de publicidade institucional desenvoltas, os seus obxectivos e o seu custo total, así como a distribución de dito custo en cada medio de comunicación.
2. A memoria será remitida á Comisión de Publicidade Institucional dentro dos tres primeiros meses de cada ano.
3. Unha vez examinada a Memoria. A Comisión de Publicidade Institucional poderá emitir recomendacións non vinculantes sobre o seu contido.

Disposición derogatoria única

Quedan derogadas cantas disposicións de igual ou inferior rango se opoñan ou contradigan o disposto na presente Lei.

Disposición final primeira

No prazo de seis meses dende a entrada en vigor da presente Lei, a Xunta de Galicia ditará as normas regulamentarias sobre composición, organización e funcionamento da Comisión de Publicidade Institucional.

Disposición final segunda

A presente Lei entrará en vigor ós vinte días da súa publicación no Diario Oficial de Galicia.